

Entmündigte Bürger

(veröffentlicht in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 24. Juli 2003)

Die Europäische Union zeigt mit dem am 16. Juli 2003 von Kommissar David Byrne vorgestellten Vorschlag für eine Lebensmittelwerbeverordnung - wie auch schon beim Verbot der Tabakwerbung -, dass das Menschenbild des europäischen Gesetzgebers nicht mit dem des Grundgesetzes deckungsgleich ist. Das Grundgesetz kennt den mündigen Staatsbürger, von dem alle Staatsgewalt ausgeht und der selbstbestimmt in der Lage ist, seine Angelegenheiten zu regeln. Im Gegensatz dazu zeichnen die zahlreichen sogenannten „Verbraucherschutzrichtlinien“ der Europäischen Union wie auch die Tabakwerberichtlinie ein Bild eines unmündigen Kindes, das nicht in der Lage ist, selbstständig eine alltägliche Entscheidung zu treffen, und vor sich selbst geschützt werden muss. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage nach dem „Bild vom Menschen im Recht“. Der sozialdemokratische Reichsjustizminister Gustav Radbruch hat dazu 1927 angemerkt, nichts sei so entscheidend für den Stil eines Rechtszeitalters, wie die Auffassung vom Menschen, an der es sich orientiert. Für die Verfasser des am 1.1.1900 in Kraft getretenen Bürgerlichen Gesetzbuch war die christliche Tradition und die Rechtsethik Kants maßgebend. Kant bezeichnet den Menschen ganz bewusst als „vernünftiges Wesen“, das aufgrund eigener Erkenntnis eigenverantwortlich handelt. Das Bürgerliche Gesetzbuch von 1900 ist aus diesem geistigen Fundament erwachsen. Es setzt auf die gestalterische Kraft der Privatautonomie und gewährt dem Bürger im Privatrechtsverkehr einen weiten Freiraum.

Im Gegensatz dazu dominiert vor allem auf der Ebene des Europäischen Rechts das Leitbild des Verbrauchers. Der Bürger wird im sogenannten Verbraucherschutzrecht in zwei Wesen aufgespalten. Soweit er als Privatperson handelt, insbesondere Wirtschaftsgüter konsumiert, ist er Verbraucher und damit per Gesetz hilflos, wirtschaftlich unterlegen und permanent informationsbedürftig. Wo er gewerblich oder selbstständig freiberuflich tätig ist, ist er Unternehmer und damit übermächtig und gefährlich. Die Auswirkungen auf das Vertragsrecht sind erheblich: Anstelle des Vorrangs der Privatautonomie tritt ein weit verzweigtes oktroyiertes Schutzrecht. Man traut dem Verbraucher im Grunde nicht mehr zu, Verträge zu schließen, die er selbstständig in Wahrnehmung seiner eigenen Interessen gestaltet. Der Verbraucher ist

einer, dessen Willenserklärungen keine stabilen Verpflichtungen begründen. Seine Erklärungen haben oft nur Bestand, sofern sie nicht binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen widerrufen werden. Wurde er nicht ordnungsgemäß – von der Gegenseite! – über sein Widerrufsrecht belehrt, so kann er auch unbefristet Erklärungen widerrufen. Der eherne Grundsatz „Verträge müssen eingehalten werden“ ist dabei auf der Strecke geblieben. Dieser Grundsatz ist aber deshalb so wichtig, weil er Verlässlichkeit und Vertrauen im Privatrechtsverkehr garantiert. Ohne Vertrauen auf die Vertragstreue kann sich eine prosperierende Wirtschaft und eine verantwortungsbewusste Bürgergesellschaft nicht entwickeln. Der vom Gesetzgeber „in Watte gepackte“ Verbraucher ist ersichtlich nicht mehr der mündige Bürger, dessen Bürgerstolz früher ein Gemeinwesen getragen hat. Der neuerdings beschrittene Weg ist falsch. Es muss alles unternommen werden, die bürokratische Bevormundung wieder zurückzudrängen. Die aktive, selbstbewusste Bürgergesellschaft ist die lohnendere Alternative. Das Risiko und die Folgen eigenen Handelns kann und soll der Gesetzgeber dem Bürger jedenfalls im Grundsatz nicht abnehmen. Der mündige Bürger, der Verantwortung übernimmt und sich dem Risiko seines Handelns stellt, wird heute dringender denn je gebraucht.

Um zum Ausgangspunkt zurückzukommen heißt das: Mit Werbeverböten wird der Gesundheitsschutz als behütende öffentliche Fürsorge betrieben. Das ist der falsche Weg. Wer beispielsweise die Entscheidung des Bürgers zum – erlaubten - Kauf von Zigaretten zur Abwehr von Gesundheitsgefahren beeinflussen will, darf nicht das Produkt aus der öffentlichen Wahrnehmung verbannen, sondern muss über die Risiken des Rauchens aufklären. Der mündige Bürger muss selbstverantwortlich darüber entscheiden dürfen, ob er aufgrund einer Produktwerbung raucht oder nicht. Das darf nicht als Plädoyer für das Rauchen missverstanden werden. Aber es ist ein entschiedenes Plädoyer für das Menschenbild des mündigen und eigenverantwortlich handelnden Bürgers in einer freiheitlichen Gesellschaft.